

Labirinto do consumo: comunicação da alimentação saudável na Empírika 2012

Luciana Sales Purcino⁷²
Simone Palone Figueiredo⁷³

Resumo

O sobrepeso e a obesidade entre adolescentes tem se intensificado no Brasil e tem forte relação com o hábito alimentar inadequado observado neste grupo, de modo que, promover a mudança do hábito alimentar do adolescente através de ações de educação alimentar e nutricional é a base para combater este importante problema de saúde pública. Entre as ações de educação alimentar e nutricional destacamos neste artigo ações de educação não-formal que ocorrem em geral em museus, feiras e centros de ciência através de atividades lúdicas e interativas e que possuem grande potencial para atrair o adolescente e facilitar o aprendizado. Apresentamos o relato da experiência de expor a atividade intitulada Labirinto do Consumo na Feira Ibero-americana da Ciência, Tecnologia e Inovação (Empírika) de 2012. O Labirinto do Consumo, o qual consistiu em uma instalação orientada para simulação de escolhas de alimentos pelos participantes, foi idealizado pela Embrapa Agroindústria de Alimentos no contexto do Projeto Além do Rótulo e foi planejada e executada pelo Labjor-Unicamp. Durante sua exposição na feira foi possível constatar sua eficiência no sentido de atrair o público adolescente, provocar interatividade e promover reflexão sobre escolhas alimentares, além disso, verificou-se o potencial do formato servir de base para pesquisas sobre hábito alimentar e sobre percepção pública da nutrição. Em conclusão, a experiência permitiu validar o formato da atividade para realização de educação não-formal e para coleta de dados para pesquisas sobre alimentação.

Palavras-chave: Comunicação social da ciência; Educação não-formal; Nutrição.

Abstract:

Overweight and obesity rates have increased in adolescents in Brazil and adolescent weight problems can be related to poor eating habits. Nutrition education programs are essential for health promotion. The focus of this paper is non-formal education that take place, for example, in museum and science center. The great potential of interactive activities to attract the adolescent and to make learning easier are considered. The objective of this article is to report the experience of exposing the activity entitled “Labirinto do Consumo” in the “Feira Ibero-americana da Ciência, Tecnologia e Inovação (Empírika) de 2012”. This activity was idealized by the “Embrapa Agroindústria de Alimentos” in the context of the project entitled “Além do Rótulo” and was planned and executed by the Labjor-Unicamp. In the “Labirinto do Consumo” teenagers made simulation of choices of foods. During his exhibition it was possible to note his efficiency in the sense of attracting the adolescent public, provoking

⁷² Aluna do Mestrado em Divulgação Científica e Cultural do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor) – Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e nutricionista do Centro de Saúde da Comunidade (CECOM)/ Unicamp.

⁷³ Pesquisadora do Labjor/Unicamp. Doutora em Política Científica e Tecnológica.

interactivity and promoting reflection on food choices, besides, it happened the potential of the format to serve of base for inquiries on food habit and on public perception of the nutrition. In conclusion, it allowed the experience to validate the format of the activity for realization of non-formal education and for collection of data for inquiries on food.

Keywords: Social communication of the science; Non-formal education; Nutrition.

1. Adolescente e educação alimentar e nutricional

A ascensão da prevalência de sobrepeso e de obesidade firma-se como sério problema de saúde pública no Mundo, sobretudo, por sua relação com o aumento do risco de doenças crônicas não transmissíveis como hipertensão, diabetes e dislipidemias que, por sua vez, são responsáveis pelos altos índices de morbimortalidade por doenças cardiovasculares (Oliveira *et al.*, 2010).

No Brasil, a importância deste problema é confirmada pela publicação “Antropometria e Estado Nutricional de Crianças, Adolescentes e Adultos no Brasil”, realizada a partir de dados da “Pesquisa de Orçamentos Familiares – POF 2008-2009” do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010a). Este estudo mostra a tendência de aumento acelerado do sobrepeso e da obesidade em todas as idades a partir dos 5 anos e destaca a força desta tendência em crianças (5 a 9 anos) e adolescentes (10 a 19 anos), nos quais a frequência do sobrepeso quase triplicou nos últimos 20 anos, atingindo um terço das crianças (33,5%) e um quinto dos adolescentes (20,5%). Dados desta mesma pesquisa apresentados na publicação “Análise do Consumo Alimentar Pessoal no Brasil” evidenciam que a prevalência de sobrepeso encontrada no grupo dos adolescentes está intimamente relacionada ao hábito alimentar, caracterizado pelo alto consumo de biscoitos recheados, refrigerantes, linguiça, salsicha, mortadela, sanduíches e salgados e pelo reduzido consumo de feijão, verduras e frutas (IBGE, 2011).

Assim, a POF 2008-2009 marca a urgência da intensificação de ações de saúde para adolescentes pautadas na questão alimentar. Considerando que a Política Nacional de Alimentação e Nutrição (PNAN), primeiro, tem como diretriz a promoção das práticas alimentares e de estilos de vida saudáveis e, segundo, que esta política sublinha a importância da socialização do conhecimento sobre alimentos (Brasil, 2003), pode-se eleger a educação alimentar/ nutricional como eixo destas intervenções em saúde coletiva.

A educação alimentar/ nutricional é um processo pedagógico complexo que envolve uma ação sistematizada e vários atores (governo, família, nutricionistas, escola, meios de comunicação, entre outros) devendo ser implementada nos três eixos educativos: educação formal, educação informal e educação não-formal.

Segundo Gohn (2006), a educação formal é realizada na escola através de conteúdos programados; a educação informal ocorre em situações sociais, como, por exemplo, nas relações familiares e a educação não-formal acontece principalmente em espaços e ações coletivas cotidianas, como por exemplo, na mídia.

Embora os três eixos contribuam para a aquisição e/ou melhora de hábitos alimentares saudáveis, para o âmbito da saúde coletiva, tendo por norte a socialização de conhecimentos para prevenção da obesidade em adolescentes, o eixo da educação não-formal assume o papel de protagonista como se pode depreender da definição de educação nutricional apresentada no “Guia metodológico de comunicação social em nutrição” da Organização das Nações Unidas para a agricultura e a alimentação (FAO) que trata de intervenções em saúde coletiva:

o conjunto de atividades de comunicação destinado a melhorar as práticas alimentares indesejáveis, mediante uma mudança voluntária das condutas relacionadas com a alimentação, tendo como finalidade a melhoria do estado nutricional da população (FAO, 1999).

Neste guia, a FAO (1999) faz uma crítica a ações educativas como palestras, nas quais o receptor da mensagem assume uma posição passiva e incentiva o planejamento de intervenções em comunicação social em nutrição que promovam a participação e interação entre emissor e receptor. Nesta linha, destaca que a efetividade de uma mensagem guarda forte relação com a sua forma, de modo que o planejamento dos meios e dos materiais de apoio são fatores-chave no processo comunicativo. Discute, ainda, que o planejamento das mensagens, dos meios e dos materiais de apoio deve envolver esforços interdisciplinares:

Durante muito tempo cometeu-se o erro de encarregar as mesmas pessoas pelo desenvolvimento das mensagens e também pelos materiais de apoio. Infelizmente, existem poucos nutricionistas que também são artistas gráficos criativos (FAO, 1999).

Dentro desta perspectiva apontada pela FAO podemos visualizar os museus e os centros/ feiras de ciências como espaços privilegiados para a comunicação social em nutrição e as instalações artísticas, geralmente encontradas nestes espaços, como sendo meios e suportes ideais para tornar a mensagem sobre alimentação saudável efetiva. TÔZO (2005) corrobora com esta eleição de museus e centros de ciências como espaços favoráveis à comunicação:

(...) interesse por assuntos de Ciência e Tecnologia por meio da mídia e o hábito de visitar Museus e Centros de Ciências ajuda na formação da Cultura Científica. Nos Centros de Ciência, as atividades desenvolvidas numa perspectiva lúdica e interativa colocam a Ciência como algo palpável, real, tangível. Desta forma o aprendizado é facilitado e a curiosidade realimentada (Tôzo, 2005).

2. Empírika e Labirinto do Consumo

Um destes espaços privilegiados para a comunicação social teve sede em São Paulo entre os dias 23, 24 e 25 de outubro de 2012: a Feira Ibero-americana da Ciência, Tecnologia e Inovação (Empírika).

A Empírika é um evento internacional, bienal e itinerante que apresenta diversas atividades de caráter científico e educativo visando o contato e a vivência com assuntos relacionados à ciência, tecnologia e inovação. Foi idealizada e criada pelo Centro de Estudos da Ciência, Cultura Científica e Inovação (Fundação 3CIN) da Espanha e sua primeira edição ocorreu em 2010, na cidade espanhola de Salamanca. O Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor) da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) organizou a sua segunda edição em 2012, a qual contou, primordialmente, com a visita de alunos do ensino médio.

Entre as atividades organizadas pelo Labjor na Empírika, apresentamos neste artigo, o Labirinto do Consumo, uma ação de comunicação social em nutrição. O Labirinto do Consumo foi idealizado pela Embrapa Agroindústria de Alimentos, no contexto do Além do Rótulo, um projeto da Embrapa que tem como objetivo principal difundir o consumo consciente de alimentos por meio da facilitação do acesso a informações confiáveis disponíveis no site <http://www.alemдорotulo.com.br/> (Nascimento Neto, 2010) e que tem o apoio técnico e científico do Labjor. Exemplo de ação educativa não formal, o Labirinto do

Consumo, esteve em consonância com as orientações teóricas indicadas pelo “Guia metodológico de comunicação social em nutrição” da FAO (1999) discutidas no item anterior, tanto pelas relações de trabalho envolvidas, quanto pelo seu formato.

Quanto às relações de trabalho, a experiência, em primeiro lugar, reuniu esforços de instituições, da Embrapa e do Labjor, como já citado, e, também, do Departamento de Nutrição da Faculdade de Ciências Aplicadas – Unicamp, o qual apoiou a atividade com o encaminhamento de alunas do último ano do curso de Nutrição para cooperação na realização da atividade e, em segundo lugar, envolveu saberes e práticas interdisciplinares de diferentes profissionais, entre eles: comunicador social, nutricionista, engenheiro agrônomo e cenógrafo.

Em relação ao formato, a atividade foi caracterizada pela proposta de meios e materiais de apoio inovadores, interativos e lúdicos. A atividade foi constituída pelas seguintes etapas: foi construída uma instalação com placas magnetizadas distribuídas de modo a formar um labirinto onde foram dispostas figuras de alimentos com base imantada; grupos de três a quatro participantes foram orientados a entrar no labirinto e a escolher cinco alimentos para o consumo de um dia; na saída do labirinto os participantes dialogaram com nutricionistas.

As imagens fotográficas a seguir permitem a visualização da estrutura do Labirinto do Consumo.



Figura 1. Fotografia da instalação Labirinto do Consumo: escolha de figuras de alimentos durante passagem pelo labirinto. Foto: Luciana Purcino, 2012.



Figura 2. Fotografia da instalação Labirinto do Consumo: diálogo com nutricionistas após passagem pelo labirinto. Foto: Luciana Purcino, 2012.

A avaliação da atividade teve como base a observação e permitiu apreender:

- Quanto à adesão: a instalação foi altamente atrativa para o público jovem e a participação foi expressiva;
- Quanto à escolha: presença significativa de alimentos saudáveis como frutas e hortaliças; presença pouco significativa de alimentos do grupo do leite e dos feijões; presença significativa de alimentos com alto teor de açúcar e gorduras e presença significativa de alimentos com alto teor de corantes e de aromatizantes;
- Quanto à motivação das escolhas e percepções sobre a ciência da nutrição: gosto como motivação principal; pouca referência e questionamentos sobre a presença de corantes, aromatizantes, gorduras saturadas, sódio e sacarose nos alimentos, assim como, de seus potenciais efeitos negativos sobre a saúde e pouca referência e questionamento sobre a presença de vitaminas, minerais, fibras, probióticos, fitoquímicos nos alimentos, assim como, de seus efeitos benéficos sobre a saúde.

Em conclusão, o Labirinto do Consumo demonstrou ser um formato de atividade lúdica com interatividade e atratividade expressivas, podendo servir como ferramenta pedagógica para educação não-formal da alimentação saudável e permitiu verificar que a percepção da ciência da nutrição pelos adolescentes não é satisfatória e que iniciativas de comunicação social da nutrição para adolescentes devem ser estimuladas diante do problema de saúde pública que a obesidade entre jovens representa.

3. Referências

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Política nacional de alimentação e nutrição** / Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica. – 2. ed. rev. – Brasília: Ministério da Saúde, 2003. Disponível em: <<http://189.28.128.100/nutricao/docs/geral/pnan.pdf>>. Acesso em 15 de maio de 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009: Antropometria e Estado Nutricional de Crianças, Adolescentes e Adultos no Brasil**. Rio de Janeiro: IBGE, 2010a. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/pof/2008_2009_encaa/pof_20082009_encaa.pdf>. Acesso em 10/08/2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: Síntese de Indicadores 2009**. Rio de Janeiro: IBGE, 2010b. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2009/pnad_sintese_2009.pdf>. Acesso em 10/08/2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009: Análise do Consumo Alimentar Pessoal no Brasil**. Rio de Janeiro: IBGE, 2011. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/pof/2008_2009_analise_consumo/default.shtm>. Acesso em 10/08/2011.

NASCIMENTO NETO, Fenelon. Comunicação e ciência formando cidadãos e consumidores de alimentos conscientes. **Revista de Política Agrícola**: Publicação da Secretaria de Política Agrícola do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Brasília-DF, v. XIX, n. 3, p.3-6, 2010. Trimestral. Disponível em: <http://www.conab.gov.br/OlalaCMS/uploads/arquivos/11_02_07_10_28_15_rpa_3_2010.pdf>. Acesso em: 10 de maio 2013.

OLIVEIRA, M.A.M. *et al.* Relação de indicadores antropométricos com fatores de risco para doença cardiovascular. **Arq Bras Cardiol**, v. 94, n. 4, p. 278-285, 2010. Mensal. Disponível

em: <<http://www.scielo.br/pdf/abc/v94n4/aop00610.pdf>. Acesso em 10/06/2013>. Acesso em: 10 de maio de 2013.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A AGRICULTURA E A ALIMENTAÇÃO. **Guia metodológico de comunicação social em nutrição**. Trad. SILVA, T.H.. Roma: FAO, 1999. Disponível em: <<http://www.fao.org/docrep/003/T0807P/T0807P00.HTM>>. Acesso em 15 de maio de 2013.

GOHN, Maria da Glória. Educação não-formal na pedagogia social.. In: I CONGRESSO INTERNACIONAL DE PEDAGOGIA SOCIAL, 1., 2006, . **Proceedings online...**Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo. Disponível em: <http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=MSC0000000092006000100034&lng=en&nrm=abn>. Acesso em 17 de maio de 2013.

TÔZO, C.O. O papel da divulgação científica na formação das crianças: a experiência da Estação Ciência. **Rev. Digital Ciência e Comunicação**, v. 2, n. 2, 2005. Disponível em: <<http://www.jornalismocientifico.com.br/revista/02/artigos/artigo1.asp>>. Acesso em: 10 de maio de 2013.